



15
OCT
2025

NOTA INFORMATIVA

N°2025-022

EL GASTO DE LOS HOGARES PERUANOS MUESTRA UN NOTABLE DINAMISMO: ¿EN QUÉ PRODUCTOS O SERVICIOS USARON SUS TARJETAS DE CRÉDITO Y DÉBITO?



EL GASTO DE LOS HOGARES PERUANOS MUESTRA UN NOTABLE DINAMISMO: ¿EN QUÉ PRODUCTOS O SERVICIOS USARON SUS TARJETAS DE CRÉDITO Y DÉBITO?

El gasto de los hogares peruanos mantuvo su impulso durante setiembre. Según el Índice Big Data de Consumo del BBVA Research, que analiza el uso de tarjetas y los retiros de efectivo ajustados por inflación, este registró un incremento del 12% en el último mes. Surge la duda de si esta tendencia se mantendrá en los próximos meses o si la inestabilidad política podría afectarla.

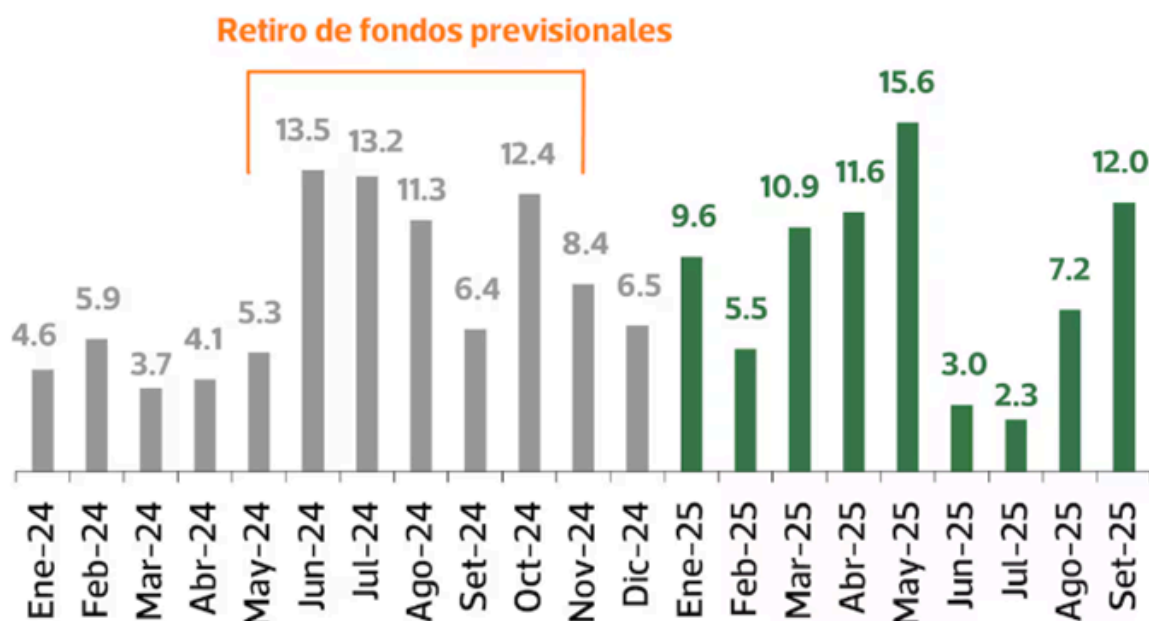
Por el momento, tras el impulso registrado en agosto, el gasto de los hogares alcanzó en setiembre su segundo nivel más alto del año. Este desempeño responde a una base de comparación más baja, ya que en el mismo mes de 2024 se desvanecía el efecto del retiro de fondos previsionales aprobado el año anterior.

A pesar de ello, el consumo de los peruanos sigue sostenido por la mejora del mercado laboral reflejada en un mayor empleo formal y mejores ingresos, así como por la reducción de la inflación. Además, la confianza de las familias ha mostrado una recuperación progresiva y los créditos de consumo vienen acelerándose.

“Si bien la confianza del consumidor retrocedió ligeramente en setiembre, de 49 a 47 puntos (según Apoyo Consultoría), aún se mantiene la tendencia de acercarse al umbral de 50, que marca el terreno optimista”, explicó Vanessa Belapatiño, economista senior de BBVA Research, al diario Gestión.

ÍNDICE BIG DATA DE CONSUMO

(Var. % interanual, en términos reales)



Fuente: BBVA Research



COLEGIO DE ECONOMISTAS DE PIURA

¿LA CRISIS POLÍTICA IMPACTARÁ EN EL CONSUMO?

A pesar de los buenos resultados registrados en los dos últimos meses, el gasto de los hogares mostró una desaceleración en el tercer trimestre del año: entre julio y setiembre, el indicador aumentó solo 6,9%, por debajo del crecimiento observado en el primer (8,7%) y segundo (10%) trimestre.

¿QUÉ PODRÍA ESPERARSE PARA LOS PRÓXIMOS MESES?

Según Vanessa Belapatiño, economista senior del BBVA Research, se prevé que el ritmo de crecimiento disminuya en octubre. “Se mantendría en terreno positivo, aunque por debajo de la tasa del 12% registrada en setiembre, principalmente por un efecto base”, explicó, ya que en octubre del año pasado los retiros de AFP fueron mayores que en agosto y setiembre de 2024.

Aunque el panorama político actual, marcado por el reciente cambio de Gobierno y el nuevo periodo de transición encabezado por José Jerí, genera cierta incertidumbre, por el momento no se anticipa un impacto negativo significativo sobre el consumo.

“El consumo privado, o gasto de los hogares, tiende a ser bastante estable y es el último componente que reacciona ante los cambios económicos. Primero suele verse afectada la inversión, luego el mercado laboral y, finalmente, el consumo familiar, ya que hay necesidades que no pueden dejar de satisfacerse”, señaló Belapatiño.

La economista recordó que, en contextos de incertidumbre, el gasto suele concentrarse en bienes esenciales como alimentos, salud y educación, mientras que rubros como turismo y entretenimiento resultan más sensibles al entorno económico.

Si bien reconoció que la inestabilidad política puede influir en el gasto privado, Belapatiño aseguró que no se observan factores que desincentiven el consumo durante lo que resta del año. “El contexto político podría afectar de alguna manera el gasto privado en general, tanto en consumo como en inversión, pero dada la naturaleza cambiante del escenario, no podemos afirmar que esto genere un impacto negativo importante al menos para este año”, precisó.



Con respecto al cierre de 2025, la economista destacó que el BBVA Research proyecta una leve desaceleración del consumo privado en el cuarto trimestre, alcanzando un desempeño similar al del tercero. No obstante, el nuevo retiro de fondos de las AFP, que iniciará a fines de noviembre, podría brindar un impulso moderado al gasto durante la campaña navideña.

“Esperamos que el cuarto trimestre muestre un crecimiento parecido al del tercero, es decir, ligeramente menor que en el segundo, aunque no tan reducido como a inicios de 2024. Anticipábamos una desaceleración más pronunciada, pero el octavo retiro de AFP generará un pequeño impulso, cuyo efecto principal se reflejará en 2026”, concluyó.

¿EN QUÉ GASTARON MÁS LOS PERUANOS?

Considerando únicamente el uso de tarjetas de crédito y débito, uno de los rubros donde el consumo mostró mayor crecimiento fue el de Transporte, con un incremento de 6,2%, impulsado por la compra de combustibles, el gasto en transporte público y taxis, el mantenimiento de vehículos, entre otros.

El mayor dinamismo se observó en taxis y servicios de delivery, con un aumento de 21,5%, lo que equivale a S/ 2 de cada S/ 10 gastados en este sector. En el caso de los combustibles, que concentran la mitad del consumo en transporte, las transacciones crecieron 13%.

Asimismo, las operaciones en la categoría de Salud se incrementaron 7,8%, reflejando una mayor demanda de hospitales y clínicas (6,6%), así como de farmacias y boticas (10,3%).

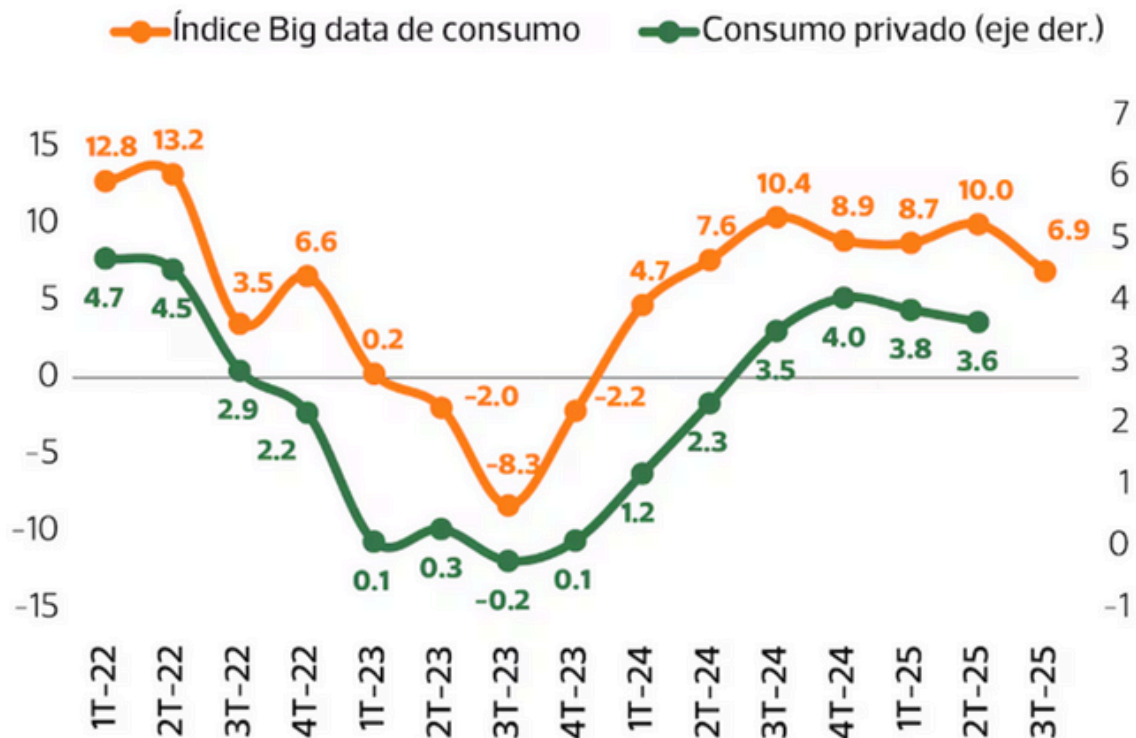
También se registró un aumento en el rubro de “otras compras”, que incluye el uso de tarjetas en tiendas por departamento, productos electrónicos, juegos, videojuegos, fotografía, entre otros.

Solo en tiendas por departamento y electrónica, que en conjunto concentran más de la mitad del consumo de este segmento, el gasto se elevó 8,5% y 3,3%, respectivamente.



CONSUMO PRIVADO E ÍNDICE BIG DATA DE CONSUMO

(Var. % interanual, en términos reales)



(1) El Índice Big Data de Consumo agrupa la información de compras con tarjetas y los retiros de efectivo. Información al 30 de septiembre de 2025.

¿EN QUÉ TIPOS DE TIENDAS O SERVICIOS NO MEJORA EL CONSUMO?

Aunque en setiembre todas las categorías de consumo básico continuaron mostrando resultados positivos, se evidenció una desaceleración en los rubros de Alimentos y Educación.

Después de que en agosto las compras de alimentos con tarjetas aumentaran 3,9%, en setiembre este crecimiento se moderó a 3,1%. Esta ralentización, en un sector esencial, se debió principalmente a la disminución de compras en supermercados (-0,6%) y restaurantes (-2%), que en conjunto concentran el 95% del consumo del rubro. Sin embargo, el resultado general se mantuvo positivo gracias al notable incremento en las compras de pastelerías y panaderías, que crecieron cerca de 50%, aunque su peso dentro del total es reducido.

“Pastelería y panadería creció cerca de 50%, lo cual es significativo, pero su participación es pequeña; ese dinamismo es lo que permitió mantener el crecimiento positivo de alimentos”, explicó Belapatiño.

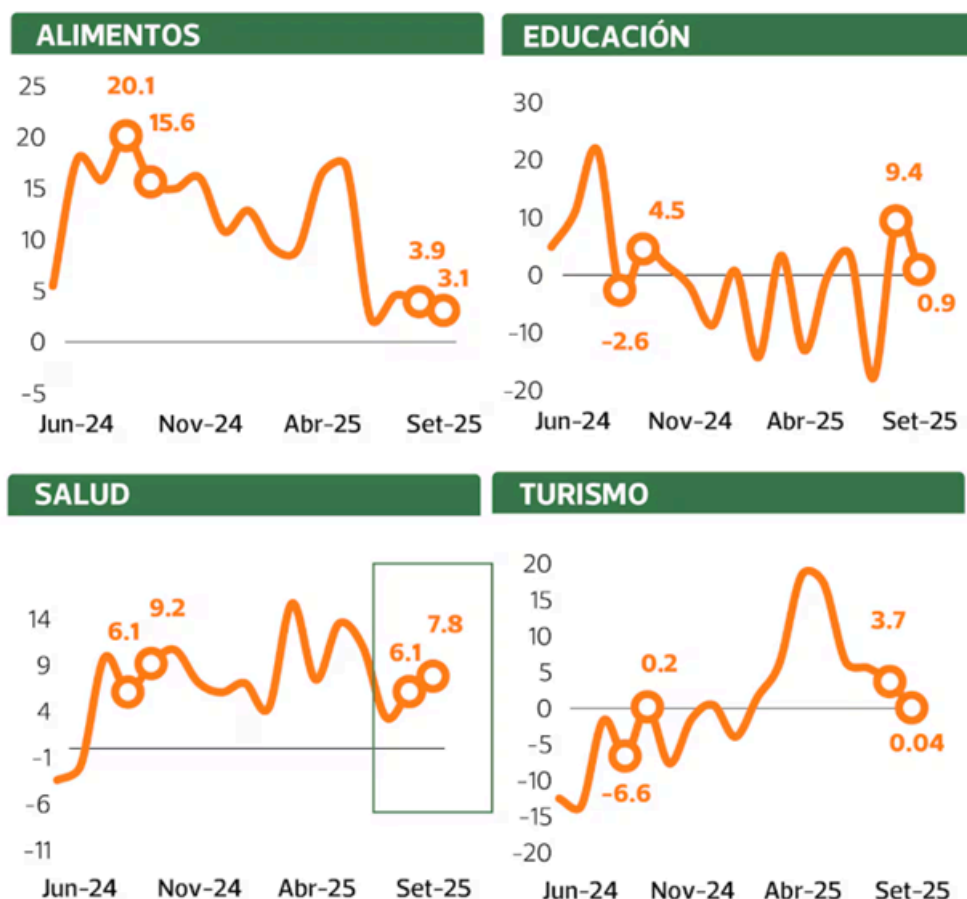
En cuanto a Educación, las transacciones registraron una fuerte caída, pasando de un crecimiento de 9,4% en agosto a apenas 0,9% en setiembre. Aunque aumentaron los gastos en academias, cursos online y talleres (10,4%), se observó un descenso de 3,7% en las transacciones de universidades e institutos, que representan aproximadamente S/ 7 de cada S/ 10 consumidos en el sector.

Entre las categorías no esenciales, Entretenimiento también mostró una desaceleración, con un crecimiento de solo 9,9%, debido a una menor actividad en casinos, loterías, cines y otros espectáculos.

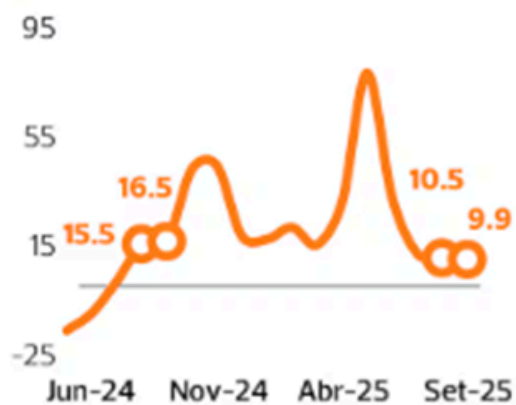
Asimismo, el consumo en Turismo prácticamente se estancó, afectado por la reducción en las compras de pasajes aéreos (-2,4%) y la menor demanda de alojamientos (-7,7%), compensada parcialmente por el aumento en las compras de tours (4,2%). Según Belapatiño, esta situación podría estar vinculada a la crisis ocurrida en Cusco debido al bloqueo en Machu Picchu.

Por otro lado, algunas categorías que aún permanecen en terreno negativo, aunque muestran signos de recuperación, son Hogar (-1,9%), Moda y belleza (-3,2%) y Servicios públicos residenciales (-0,1%).

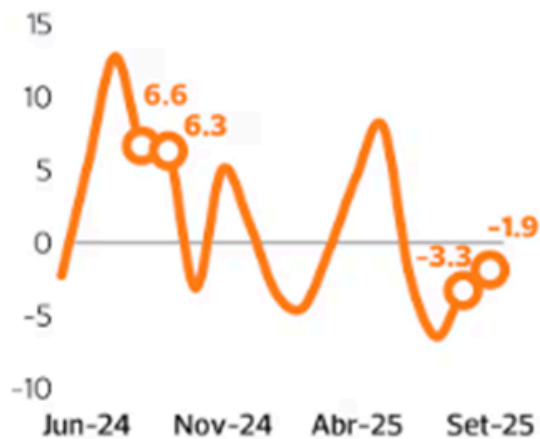
COMPRAS CON TARJETAS (Var. % interanual en términos reales)



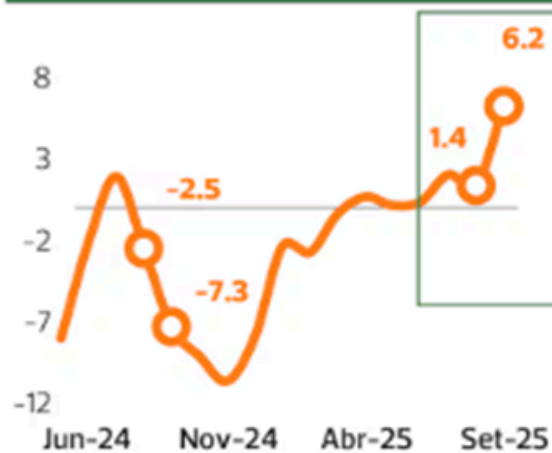
ENTRETENIMIENTO



HOGAR



TRANSPORTE



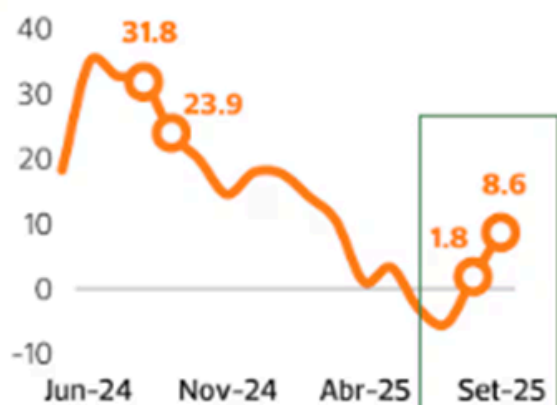
MODA Y BELLEZA



SERV. PÚBLICOS RESIDENCIALES



OTRAS COMPRAS²



Fuente: BBVA Research.

Nota sacada de: Diario Gestión.

"IMPULSANDO EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOSTENIBLE DE PIURA"



COLEGIO PROFESIONAL DE ECONOMISTAS DE PIURA

Correo: secretaria@cepiura.org.pe

Dirección: Calle Arequipa 642 Piso N°2 Plaza Fuerte - Piura

Directora Académica y Estudios Económicos:
GISELLA GIRON TINEDO

Diseño y Edición:
MANUEL CASTILLO JARA

Equipo de investigación:
BRIGITT PAOLA DUVAL AGURTO

Búscanos en:

